

PIAȚA EUROPEANĂ ȘI CARACTERISTICILE SALE

Neamțu Liviu, conf. univ. dr. Universitatea
„Constantin Brâncuși”, Târgu-Jiu, România
liviu.neamtu@utgjiu.ro

Neamțu Adina, prof.univ. dr. Universitatea
„Constantin Brâncuși”, Târgu-Jiu, România
adina.neamtu@utgjiu.ro

Rezumat: Adoptarea corectă a unor decizii majore în activitatea de marketing, cum sunt cele referitoare la structurarea ofertei, logistica mărfurilor, amplasarea și dispersia rețelei de distribuție, organizarea vânzărilor, sunt direct legate de teritorialitatea pieței sau altfel spus de spațiul economico-geografic, unde urmează a se întâlni cererea cu oferta.

În vederea cunoașterii gradului de concentrare al pieței și consumului și în același timp a modalităților de concepere a sistemelor de distribuție ce vor fi utilizate în cadrul acestei piețe, este important studiul densității populației în cadrul Uniunii Europene.

Mărimea probabilă a unei piețe este exprimată și cu ajutorul termenului de piață potențială. O asemenea piață este, de exemplu, cea pe care nu au fost efectuate operațiuni de export-import, în general, de export exterior. Oricare țară sau firmă își lansează activitatea pe o piață efectivă, dar are în vedere mereu modificarea volumului tranzacțiilor. Sporirea acestui volum se face prin valorificarea condițiilor unor piețe neabordate încă sau în cadrul piețelor pe care firma s-a introdus, prin extinderea operațiunilor la segmente noi. Cu alte cuvinte, se transformă în piață efectivă părți ale pieței potențiale.

Cuvinte cheie: piața europeană, potențialul pieței, amplasarea afacerilor, volumului tranzacțiilor

Introducere

Spațiul european comun reprezintă în momentul actual o piață cu un imens potențial comercial prin prisma numărului de locuitori și potențiali consumatori mai ales în contextul unui consum suficient de ridicat pe cap de locuitor. Din punct de vedere al evoluției piața europeană a evoluat de la 150 milioane locuitori în etapa inițială a celor 5 state la peste 380 milioane locuitori în etapa Europei celor 15 state, crescând în anul 2005 la 457 milioane locuitori în momentul aderării a încă 12 state și la aproape 484 milioane locuitori în etapa actuală (începând cu anul 2007) când această piață grupează 27 de state. Este evident că această piață europeană extrem de populată reprezintă un dezechilibru deosebit, o piață potențială plină de oportunități.

Există state care devin nucleu al acestei piețe deținând ponderi substanțiale prin prisma numărului de locuitori: Germania 18%, Franța 13,3%, M.Britanie

EUROPEAN MARKET AND ITS CHARACTERISTICS

Neamtu Liviu, assoc. Ph.D. University "Constantin
Brancusi" Targu-Jiu, Romania
liviu.neamtu@utgjiu.ro

Neamtu Adina, prof. Ph.D. University "Constantin
Brancusi" Targu-Jiu, Romania
adina.neamtu@utgjiu.ro

ABSTRACT: The right decision making of some major decisions in the marketing activity, such as those relating to the structure of the supply, logistics, the size and dispersion of the distribution network, sales organization, is directly related to the territoriality or otherwise said to the economic and geographic space, where the supply and demand will meet.

In order to know the degree of market concentration and consumption and in the same time the procedures of creation of the distribution systems that will be used in this market, it is important the study of the population density within the European Union.

The sample size of a market is expressed by the term potential market. Such a market is, for example, the one in which there had not been made export-import operations, in general, foreign export. Any country or company is launching its activity on an actual market, but always takes into account the changes in the volume of transactions. Increasing the volume is done through the capitalization of the conditions of some not addressed markets or in the markets where the company has entered by extending operations to new segments. In other words, parts of the potential market become the actual market.

Key words: european market, market potential, business potential, intensity transactions

Introduction

The Common European area is currently a market with a huge commercial potential in terms of number of residents and potential customers especially in the context of a sufficiently high consumption per capita. In terms of evolution the European market has grown from 150 million inhabitants in the initial phase of the 5 states to more than 380 million inhabitants in stage of Europe with 15 states, rising in 2005 to 457,000,000 people in the accession of 12 new states and to almost 484 million inhabitants at the present stage (since 2007) when the market groups 27 states. It is obvious that this very highly populated European market represents a special outlet, a potential market full with opportunities.

There are countries that are the core of this market having substantial market share in terms of the number of inhabitants : Germany 18%, France 13.3%,

13,2%, Italia 12,7%. Fiecare dintre acestea având peste 58 milioane de locuitori și o mare concentrație a populației urbane sau urbanizate.

Raportând numărul de populație al Uniunii Europene (aproximativ 484 milioane locuitori) la populația mondială (aproximativ 6 miliarde locuitori), aceasta reprezintă aproape 8% din ansamblul mondial. Se constată o puternică concentrare a populației în interiorul pieței europene, concentrare care o situează pe locul 3 în lume, prin prisma numărului de locuitori, după China și India.

Corpul lucrării

Densitatea medie a populației în cadrul statelor din Europa Occidentală (16 state) este de 118 locuitori pe kmp în timp ce densitatea medie a populației în Europa Centrală și de Est (11 state) este de 105 locuitori pe kmp.

Rezultă o densitate medie de 114 locuitori pe kmp superioară Statelor Unite ale Americii sau Rusiei dar la nivel inferior față de China (135 locuitori/kmp), India (342 loc/kmp) și Japonia (348 loc/kmp). Densitatea populației UE (114 locuitori /kmp) se situează la un nivel superior față de media mondială (47 locuitori /kmp).

Statele cu densitate ridicată a populației sunt statele mici din Europa Occidentală, printre care Olanda cu 393 locuitori/kmp și Belgia cu 336 loc/kmp iar densitate scăzută au țările nordice, baltice și cele scandinave, dintre care evidențiem Finlanda (15,3 loc/kmp), Suedia (19,7 loc/kmp) din grupul celor 15 state și Estonia (31,3 locuitori/kmp) și Letonia (36,6 locuitori/kmp). Un caz particular îl reprezintă Malta, stat care înregistrează un record de 1257,9 locuitori pe kmp.

Marea Britanie - prezintă o valoare medie a densității populației de circa 300 loc./km². Apare o diferențiere între populația masată în arealele de câmpie și cea din arealele montane (aceasta din urmă constituind doar 1,3% din totalul populației).

Densități mici ale populației, de sub 50 loc./km² se întâlnesc în sudul și nordul Scoției și cea mai mare parte a Irlandei. Un fenomen cu un impact deosebit este cel de polarizare a populației de către axa Londra-Birmingham-Liverpool sau în conurbațiile Londra, Manchester, Midlands-Vest, Merseyside, unde densitatea populației atinge valori de 2500-4500 loc./km².

Germania - cele mai importante concentrări urban-industriale sunt în landurile din vest. Astfel:

- **Concentrarea industrială Rhin-Ruhr.** Este o concentrare de tip policentric, cu o populație de 17 milioane locuitori și reprezintă circa 8% din populația Germaniei. Evoluția concentrării dar și geneza acesteia este legată de valorificarea cărbunilor din bazinul Ruhr (mari rezerve de huiă). Concentrarea cuprinde bazinul carbonifer Ruhr și axa Rhin;
- **Concentrarea urban-industrială Rhin-Main.** Se

M. Kingdom 13.2% Italy 12.7%. Each of them having over 58 million inhabitants and a high concentration of the urban or urbanized population. Reporting the number of population of the European Union (about 484 million inhabitants) to the world population (about 6 billion inhabitants) this represents almost 8% from the world view. We can see a powerful concentration of the population in the within the European Market, concentration that places it on the third place in the world, in terms of the number of inhabitants, after China and India.

Work content

In order to know the degree of market concentration and consumption and in the same time the procedures of creation of the distribution systems that will be used in this market, it is important the study of the population density within the European Union. The average population density in the states of Western Europe (16 countries) is of 118 people per sq km while the average population density in Central and Eastern Europe (11 countries) is 105 inhabitants per square kilometre.

It follows an average density of 114 inhabitants per square kilometre higher than the United States of America or Russia but at a lower level than China (135 inhabitants per square km), India (342 inhabitants / km) and Japan (348 inhabitants / km²). EU population density (114 inhabitants per square km) is at a higher level than the global average (47 inhabitants per square km). Countries with high population density are small states in Western Europe, including the Netherlands with 393 inhabitants per square kilometre and Belgium with 336 inhabitants / km and those that have a low density are Nordic, Baltic and Scandinavian countries, among which we highlight Finland (15.3 inhabitants / sq km), Sweden (19.7 inhabitants / sq km) from the group of 15 countries and Estonia (31.3 inhabitants / km) and Latvia (36.6 inhabitants per square km). Malta is a particular case, state that has record of 1257.9 inhabitants per square kilometre.

Great Britain- presents an average value of the density population of 300 inhabitants per square kilometre. There is a distinction between people from the plain areas and that from the mountain area (the latter constituting only 1.3% of the total population). Low population densities, less than 50 inh./km² are met in southern and northern Scotland and Ireland's largest party. A phenomenon with a particular impact is the polarization of the population by the London-Birmingham-Liverpool axis or conurbations London, Manchester, West Midlands, Merseyside, where the population density reaches inh./km² 2500-4500.

Germany – the most important urban-industrial concentrations are in the lands from the west. Thus:

- **The industrial concentration Rhin-Ruhr.** Is a concentration of polycentric type with a population of 17 million inhabitants and it represents about 8% from Germany's population. The evolution of the concentration but also the

caracterizează prin activitățile industriale și de servicii. Apare un policentrism din care fac parte Frankfurt, Mainz, Wiesbaden, Darmstadt, cu o populație de 3,2 milioane locuitori, iar ca ramuri ale industriei sunt construcțiile de mașini, industria textilă, a pielăriei, dar și o puternică activitate fluvială și portuară;

- *Concentrarea urban-industrială Rhin-Neckar;*
- *Concentrarea urban-industrială Saar;*
- *Concentrarea industrial-urbană Stuttgart;*
- *Concentrarea urban-industrială München (tip metropolitan);*
- *Concentrarea industrial-urbană Nürnberg;*
- *Concentrarea industrial-urbană Hamburg.*

Italia - prezintă o densitate a populației ridicată (circa 190 loc./km²). Repartiția populației în cuprinsul acestui stat este diferită, provinciile cele mai bine populate fiind cele nordice dar și cele centrale. Astfel, regiunile unde se găsesc densități ale populației de peste 500 loc./km² sunt: vestul Lombardiei, Liguria, Emilia Romana, Latium (zona Romei), Campania (zona Napoli). Regiunile unde densitatea are valori cuprinse între 200-500 loc./km² sunt: Apulia, sudul provinciei Emilia Romana, regiunile litorale. Arealele cu densități ale populației de sub 50 loc./km², sunt cele din zona alpină nordică, Toscana Centrală, Sicilia, sudul Italiei.

Concentrările urbane cele mai importante sunt: *Torino-Milano-Brescia-Venezia* (unde sunt dezvoltate industria constructoare de mașini, textilă și prelucrătoare); *Genova* (cu mari șantiere navale); *Bologna-Modena-Ravenna* (construcții de mașini, industria chimică, prelucrarea petrolului); *La Spezia-Pisa-Firenze-Livorno* (industrie portuară, textile); *Regiunea Romei*; *Axa Napoli-Sicilia-Sardinia*.

Implicații majore asupra marketingului practic de firme pe piața europeană are **gradul de urbanizare** reprezentat prin concentrarea populației în cadrul și în jurul unor mari metropole.

Cele mai mari aglomeratii urbane sunt la Paris și la Londra, cuprinzând 9,6 și respectiv 7,3 milioane locuitori. Dintre cele 10 țări din ultimul val cel mai ridicat grad de urbanizare îl înregistrează Malta aproape 90%, la polul opus este Slovenia 50,8% și Slovacia 57,1%. România are un grad al urbanizării de 54,9%.

Urbanizarea este diferențiată chiar și în interiorul statelor care formează piața UE. Astfel se diferențiază regiuni cu un grad mare de urbanizare tocmai ca urmare a prezenței unor orașe foarte mari cu rol în coordonarea pieței (pornind de la nivel local până la nivel european sau global).

În statele europene, și în special în cele din estul UE, primul dintre orașe se detașează față de celelalte situate la nivelele inferioare, depășind de 5 până la 10 ori orașul de pe locul secund.

Conștiențe de pericolul supercentralizării pieței, unele state dezvoltate, precum Marea Britanie și Franța, au creat veritabile programe de descentralizare, care au dat rezultatele scontate, în sensul unei reduceri

genesis is related to the capitalization of coal from the Ruhr basin (great coal reserves). The concentration comprises the Ruhr coal basin and the Rhin axis;

- The urban-industrial concentration Rhin-Main. It is characterized through the industrial activities and by services. It appears a polycentrism in which we find Frankfurt, Mainz, Wiesbaden, Darmstadt, with a population of 3,2 million inhabitants and as industrial branches we find machine industry, the textile industry, leather industry, but also a powerful river and harbor activity;
- The urban-industrial concentration *Rhin-Neckar*; The urban-industrial concentration *Saar*; *The industrial –urban concentration Stuttgart*; The urban-industrial concentration *München* ; *The industrial –urban concentration Nürnberg*; *The industrial –urban concentration Hamburg*.

Italy - has a high population density (about 190 inh./km²). The population's distribution throughout this state is different, the provinces that are the most populated are the northern one but also the central ones. Thus, regions where population densities are more than 500 inh./km² are: western Lombardy, Liguria, Emilia Romana, Lazio (near Rome), Campania (Naples area). The regions where the density has values between 200 and 500 are inh./km²: Apulia, the southern province of Emilia Romanian, coastal regions. Areas with population densities below 50 inh./km² are those of the northern Alpine region, Central Tuscany, Sicily, southern Italy. The most important urban concentrations are: *Torino-Milano-Brescia-Venezia* (where are developed the machine-building industry , textiles and manufacturing), *Genoa* (with large shipyards), *Bologna, Modena, Ravenna* (machine building, chemical industry, oil processing), *La Spezia-Pisa-Firenze-Livorno* (the port industry, textiles), *Roman Region, the Axis Naples-Sicily-Sardinia*. Major implications for the marketing companies practiced on the European market are represented by the degree of urbanization of the population concentration in and around large cities. Most big cities are Paris and London, including 9.6 and 7.3 million inhabitants respectively. Of the 10 countries in the last wave of the highest urbanization level it recorded nearly 90% Malta, the opposite is Slovakia, Slovenia 50.8% and 57.1%. Romania has an urbanization level of 54.9%.

Urbanisation is differentiated even within states that make up the EU market. This differentiates regions with a very high degree of urbanization due to the presence of very large cities with year coordinating role of the market (from local to European or global level). In European countries, and particularly those in eastern EU, first of the post to other cities located at the lower levels, exceeding 5 to 10 times the city in second place. Aware of the danger of over centralization of the market, some developed countries such as Britain and France, have created genuine

vizibile a rolului capitalelor lor la nivel național.

Sistemul urban european. Nu se poate discuta încă de sisteme urbane la nivelul UE, în sensul absolut al sintagmei. Cert este faptul că, în sistemul de comunicație actual, un rol important, în afara legăturilor aeriene, îl au sistemele de autostrăzi și cele ale trenurilor de mare viteză.

Atunci când aceste sisteme vor fi predominante la nivelul Uniunii, se va putea discuta de sisteme urbane continentale în sensul apropiat de cel adevărat.

În etapa actuală, s-ar contura un astfel de sistem urban în Uniunea Europeană, folosind sistemul urban actual al acesteia. Tendința este ca prin fenomenul gravitației să fie atrași de către marii poli ai Europei de Vest și alți poli de creștere naționali din centrul și estul Uniunii.

Analizând distribuția principalelor filiale ale marilor firme transeuropene și străine repartizate în orașele europene, se poate demonstra existența unei coeziuni între aceste orașe, prin două tendințe: pe de o parte, se asistă la o multiplicare a acestora, iar pe de altă parte, o largire a sistemului de relații prin cuprinderea și a altor orașe, precum Lisabona, Stockholm, Bristol, dar și Praga sau Budapesta.

Așa cum sublinia G. Dematteis (2), ideea că orașele continentului nostru ar constitui un sistem unic datează de circa 25 ani, dar rămâne să fie demonstrată. R. Brunet (3), face clasificarea complexă a orașelor europene în perspectiva unui sistem urban unic, după nivele de ierarhizare și atracție în interiorul pieței europene.

Pe primul nivel ierarhic se plasează Londra și Paris, pe nivelul următor Milano (primul subnivel) și Madrid, Frankfurt, München, Roma, Barcelona, Bruxelles și Amsterdam (al doilea subnivel). Un rol foarte important în această clasificare l-au avut locul pe care îl ocupă orașele respective și în fluxurile internaționale (Frankfurt, Amsterdam).

Kunzmann și Wegener (4) disting 4 nivele ierarhice și anume:

- metropole globale (Londra și Paris);
- conurbații de importanță europeană (Liverpool, Manchester-Leeds, Randstad, Ruhr, Rhin, Rhin-Main, Copenhaga-Malmö);
- euro-metropole (Madrid, Barcelona, Lyon, Birmingham, Bruxelles etc);
- orașe de importanță europeană (Lisabona, Zürich, Glasgow, Salonic etc).

decentralization programs that have been ineffective, meaning a visible reduction of the role of their national capitals. The degree of urbanization represented by the concentration of population in and around large cities has major implications in the marketing practiced by companies on the European market. The biggest cities are Paris and London, including 9.6 and 7.3 million inhabitants respectively. Of the 10 countries from the last wave of the highest urbanization level is recorded nearly 90% by Malta, the opposite is Slovenia 50.8% and Slovakia 57.1%. Romania has an urbanization level of 54.9%.

The urbanisation is differentiated even within the states that make up the EU market. This differentiates regions with a very high degree of urbanization due to the presence of very large cities with a role in the coordination of the market (from local to European or global level). In European countries, and particularly in those in eastern EU, the first of cities detaches from the other cities located at the lower levels, exceeding 5 to 10 times the city in the second place. Aware of the danger of over centralization of the market, some developed countries such as Britain and France, have created genuine decentralization programs that gave the expected results, meaning a visible reduction of the role of their national capitals.

The European urban system. We can not talk yet about urban systems at EU level, in the absolute sense of the phrase. The fact is that in the current communication system, an important role, outside of the air connections, is had by the systems of highways and those of high speed trains. When these systems will be predominantly in the Union we will be able to discuss about urban systems in the mainland near the true meaning. At present, it would outline such an urban system in the European Union, using its current urban system. The trend is that to use the phenomenon of gravity to be attracted by the great poles of Western Europe other national growth poles in the centre and east of Union. Analyzing the distribution of the main subsidiaries of the large trans-European companies and foreign distributed in the European cities, we can demonstrate the existence of a cohesion between these cities through two trends: on the one hand, we assist at a multiplication of them, and on the other hand, a broadening of the relationship system by including other cities such as Lisbon, Stockholm, Bristol, and Prague or Budapest.

As G. Dematteis (2) highlighted, the idea that cities of our continent should be a single system dates back almost 25 years, but it remains to be demonstrated. R. Brunet (3), makes a complex classification of European cities in the perspective of unique urban system using levels of hierarchy and attraction inside of the European market. On the first hierarchical level is placed London and Paris, on the next level Milan (first sublevel) and Madrid, Frankfurt, Munich, Rome, Barcelona, Brussels and Amsterdam (the second sublevel). A very important role in this

classification has had the place the respective cities occupy and the international flows (Frankfurt, Amsterdam).

Kunzmann and Wegener (4) distinguish 4 hierarchy levels and these are:

- Global metropolis (London and Paris);
- Conurbations of European importance (Liverpool, Manchester-Leeds, Randstad, Ruhr, Rhin, Rhin-Main, Copenhagen-Malmö);
- Euro-metropolis (Madrid, Barcelona, Lyon, Birmingham, Brussels etc);
- Cities of European importance (Lisbon, Zurich, Glasgow, Salonic etc).

Nivelul de dezvoltare economică al pieței unice Economic development level of the single market

Tabel nr. 1/tabel no 1

Numele țării	PIB	PIB/locuitor	PIB locuitor/PIB UE
Country name	(Mld. dolari intl)	(dolari intl)	15 (%)
	PIB	PIB/inhabitant	PIB l inhabitant/PIB UE
	(Mld. dolari intl)	(dolari intl)	15 (%)
Austria	306,83	37.688	111,4
Belgia	364,98	35.068	105,8
Danemarca	252,46	46.691	117,9
Finlanda	190,92	36.522	104,7
Franța	2113,42	33.855	98,5
Germania	2799,75	33.785	102,4
Grecia	219,58	20.006	73,1
Irlanda	200,10	48.753	135,9
Italia	1718,90	29.635	99,2
Luxemburg	33,57	73.147	226,9
Portugalia	229,88	22,677	65,8
Țările de Jos (Olanda)	622,77	38.180	103,8
Regatul Unit	2196,83	36.429	102,6
Spania	1124,46	27.175	84,2
Suedia	354,02	39.101	100,3
UE 15	12672,41	33.234	100
Bulgaria	25,80	3.328	31,3
Cehia	121,79	11.929	66,2
Cipru	16,90	20.866	70,2
Estonia	12,73	9.424	55,9
Letonia	15,72	6.793	44,3
Lituania	24,89	7.268	48,7
Malta	5,43	13.742	67,9
Polonia	285,71	7.487	45,6
România	79,91	3.603	28,0
Slovacia	46,23	8.549	54,7
Slovenia	36,94	18.527	73,7
Ungaria	107,93	11.059	56,5
UE 27	13452,39	27.776	88,2

Această clasificare, după câte se observă, este foarte discutabilă, Milano sau Madrid fiind plasate după Liverpool, a cărei influență europeană este redusă. În fine, o a treia clasificare este făcută de un colectiv de autori de la Equipe Paris, care propune următoarele nivele pentru ierarhia superioară a orașelor europene:

This classification, as we can notice, is very questionable, Milan or Madrid are place after Liverpool whose European influence is reduced. Finally, a third classification is done by a group of authors from Equipe Paris, who proposes the following levels for the upper hierarchy of the European cities:

- international metropolis (London and Paris);

- metropole internaționale (Londra și Paris);
- metropole internaționale specializate (Amsterdam, Hamburg, Geneva, Strasbourg, Bruxelles, Berlin, Viena etc);
- metropole regionale cu puternice legături internaționale (Manchester, Milano, Madrid, Lyon, Barcelona, Basel, Roma etc);
- metropole regionale periferice cu legături internaționale limitate (Lisabona, Atena, Veneția, Nantes, Southampton etc);
- metropole regionale cu legături internaționale limitate și foarte specializate (Cardiff, Kiel, Bari, Saint-Etienne, Murcia etc).
- specialized international metropolis (Amsterdam, Hamburg, Geneva, Strasbourg, Brussels, Berlin, Wien etc);
- regional metropolis with powerful international connections (Manchester, Milan, Madrid, Lyon, Barcelona, Basel, Rome etc);
- peripheral regional metropolis with limited international connections (Lisbon, Athens, Venice, Nantes, Southampton etc);
- Regional metropolis with limited international connections and very specialize (Cardiff, Kiel, Bari, Saint-Etienne, Murcia etc).

Aria pieței europene este deosebit de vastă și de variat structurată geografic. La nivelul pieței europene există câteva state foarte mari, precum Franța, Spania, Suedia cu peste 400 mii kmp; state mari ca suprafață precum Germania, Polonia, Finlanda, Italia cu suprafețe cuprinse între 300-400 mii kmp; state medii cu suprafețe cuprinse între 100-300 mii kmp, Bulgaria, România, Grecia și Marea Britanie, state mici (suprafață 30-100 mii kmp) reprezentate de Cehia, Slovacia, Ungaria, Danemarca, Estonia, Letonia, Lituania, Irlanda, Portugalia, Austria, Belgia, Olanda, state de dimensiuni foarte mici (sub 30 mii kmp), Malta 316 kmp, Luxemburg, 2586 kmp, Cipru, 9251 kmp, Slovenia, 20273 kmp.

Actuala UE și-a asigurat un loc deosebit ca putere în lume, devenind un punct de referință. Sub aspectul suprafeței, Uniunea Europeană, prin cei 4.325 kmp, reprezintă circa 3,2% din aria teritorială mondială (133.806 kmp).

Potențialul pieței unice europene este influențat în principal de:

- **Aria pieței internaționale.** Raportarea schimburilor europene la spațiul geografic în care acestea se desfășoară trebuie să țină seama de faptul că piața europeană este alcătuită din numeroase piețe de dimensiuni și cu caracteristici diferite. Practic, fiecare țară sau chiar parte a unei țări din spațiul UE poate constitui aria unei piețe distincte. Unele trăsături comune operațiunilor de piață în mai multe țări permit însă extinderea accepțiunii de piață ca entitate, asupra unor zone mai largi, care includ mai multe piețe statale. Se obțin astfel piețe „zonale” a căror arie are un înțeles geografic (de exemplu, piața vest-europeană). (1)
- **Capacitatea (extensiunea) pieței** exprimată prin numărul consumatorilor sau cumpărătorilor probabili care, cu cât este mai mare, cu atât contribuie mai mult la mărirea potențialului pieței. Din punct de vedere al ofertei reprezintă numărul de firme care activează pe piață. Este acea dimensiune cantitativă a pieței care poate fi identificată ca mărime globală a cererii sau ofertei teoretice de mărfuri într-o perioadă determinată sau într-un moment oarecare. O piață are capacitate de absorbție totală și capacitate de ofertă totală. Din punct de vedere al capacității, se

Now after 60 years of evolution this market has evolved from an initial group of 25 countries covering 3.975 million square kilometers, with more than 738mii km (39.1% of Europe's surface) and subsequently in 2007 to a formula with 27 states providing a huge market of about 4.325 million square kilometers, more than 42.5% from Europe. The area of the European market is. The European market area is very vast and varied geographically structured. In the European market there are some very large countries such as France, Spain, Sweden, with over 400,000 square kilometers, larger in surface states such as Germany, Poland, Finland, Italy with areas ranging from 300-400 thousand km, average surface states between 100-300 thousand km, Bulgaria, Romania, Greece and Great Britain, small states (30-100 thousand square kilometers area) represented the Czech Republic, Slovakia, Hungary, Denmark, Estonia, Latvia, Lithuania, Ireland, Portugal, Austria, Belgium, Netherlands, states of very small (under 30,000 square kilometers), Malta 316 sq km, Luxembourg, 2586 km, Cyprus, 9251 km, Slovenia, 20,273 sq. km.

The current EU has secured a special place as a power in the world, becoming a reference point. In terms of area, the European Union through the 4325 square kilometers, represents about 3.2% of the global territorial area (133,806 square km).

The potential of the European Single Market is influenced mainly by:

- **The area of the international market.** Reporting the European exchanges to the geographical space where they are performed has to take into account the fact that the European market is composed from numerous markets that have different characteristics and dimensions. Practically, each country or even a part of a country from the EU area can form the area of a distinct market. Some common features of the market operations in several countries allow the extension of the term market as an entity, over larger areas that include more state markets. We obtain this way “regional markets” whose range has a geographical understanding (for example, the west-European market). (1)
- **The capacity (extension) of the market** expressed through the number of consumers or possible buyers which the bigger the more it contributes to

poate vorbi și despre gradul de saturație a pieței, dat de raportul în care se află piața efectivă și cea potențială. Acesta poate fi subunitar, sau, într-o situație limită, unitar. Cu cât mai mică este piața efectivă din totalul pieței cu atât există posibilități mai mari de creștere a pieței, datorită nesaturării sale și, pe măsură ce crește gradul de saturare, se diminuează diferența dintre partea efectivă și cea potențială până la suprapunerea perfectă (saturare);

- **Intensitatea (densitatea) tranzacțiilor** care acționează în sensul măririi pieței potențiale cu cât acest indicator este mai accentuat. Gradul de concentrare al cumpărătorilor poate fi un indicator asupra intensității relațiilor dintre indivizi și dintre aceștia și organizații, relații care determină tranzacții intensificate în cazul aglomerațiilor umane;
- **Volumul pieței** reprezintă cantitatea sau valoarea de bunuri și servicii pe care o anumită piață o poate achiziționa. El poate fi determinat pentru trei dimensiuni: volumul total al pieței, volumul importurilor și volumul exporturilor. Acest indicator se poate exprima prin intermediul PIB (per locuitor) specific unei anumite regiuni sau pieței în ansamblu. De asemenea sub formă valorică se poate exprima prin volumul tranzacțiilor sau suma cotelor de piață deținute de competitori. Pe ansamblul pieței internaționale, volumul efectiv al tranzacțiilor este ilustrat, din punct de vedere statistic, de datele privind comerțul intern și internațional, se poate constata o mărire permanentă a pieței europene în ultimii 10 ani. Volumul fizic al pieței reprezintă cantitatea totală a bunurilor și serviciilor achiziționate, vândute sau consumate în mod efectiv sau considerate astfel la un moment dat sau într-o perioadă de timp.

Concluzii

O interesantă viziune asupra sistemului unic european de așezări urbane al Uniunii o are R. Brunet, care consideră că, atunci când se trece de la arie la rețea, hexagonul european de gravitație (reunind centrele Paris, Randstadt, Berlin, Viena, Milano și Lyon) devine spațiul de intersecție a două seturi de câte trei axe (corespunzând sistemelor urbane din Europa de Est și Europa de Vest).

Din punct de vedere al ariei și structurii sale în context evolutiv, piața europeană a cunoscut evoluții spectaculoase. De la circa 1000 de mii kmp la înființarea primei formule a Comunității Europene, piața comună a evoluat în anul 1981 la un nivel format din 15 state însumând un spațiu geografic de 3.240 mii kmp reprezentând 31,8% din întreg spațiul continentului european. În prezent după circa 60 de ani de evoluție această piață a evoluat inițial la un grup de 25 state acoperind 3975 mii kmp, cu 738mii kmp mai mult (39,1 % din suprafața Europei) și ulterior, în anul 2007 la o formulă cu 27 de state oferind o piață imensă de circa 4325 mii kmp, adică peste 42,5% din

the increase of the market potential. From the point of view of the supply it represents the number of companies that operate on the market. Is that quantitative dimension of the market that can be identified as a global size of the demand or the theoretical supply of merchandise from a determined period or at a certain moment. A market has total absorption capacity and total supply capacity. From the point of view of the capacity we can talk about the degree of saturation of the market given by the ratio between real market and potential market. This can be sub unitary or unitary. The smaller the real market from the total market the more possibilities there are to increase the market due to its unsaturation and to the extent in which the saturation degree increase it diminishes the difference between the actual part and the potential part until perfect overlap(saturation);

- **The intensity of (density) of the transactions** that are performed with the view of increasing the potential market the more this indicator is stressed. The concentration of buyers may be an indicator of the strength of relations between individuals and their organizations, relations that determine increased transaction determine in the case of human agglomerations;
- **Market volume is the amount or value** of goods and services that can acquire a particular market. It can be determined for three dimensions: the overall market, the import volume and export volume. This indicator can be expressed through GDP (per capita) specific to a certain region or to the market overall. Also through value can be expressed as the volume of transactions or the sum of market shares from competitors. On the international market as a whole, the actual volume of transactions is illustrated in terms of statistical data on domestic and international trade, one can see a permanent increase in the European market over the past 10 years. The physical volume of the market is the total amount of goods and services purchased, sold or consumed effectively or considered at a certain time or a period of time.

Conclusions

An interesting vision over the unique European system of urban cities of the Union has R. Brown, who believes that when we pass from the area to the network, the European gravity hexagon (gathering Paris, Randstadt, Berlin, Wien, Milan and Lyon) is the space of intersection of two sets of three axes (corresponding to the urban systems in Eastern Europe and Western Europe).

From the point of view of the area and its structure in the evolutionary context, the European market has seen spectacular development. From about 1 million square kilometers at the first time when the European Community was set up, the common market has evolved in 1981 to a level consisting of 15

Europa.

Indicatorul sintetic cel mai expresiv de caracterizare a economiei și volumului pieței UE este **produsul intern brut** (PIB). Dacă Uniunea este luată ca o entitate de sine stătătoare, ea are cea mai mare economie din lume cu un produs intern brut de 13.452.396 milioane de dolari (PPC). Uniunea Europeană actuală, compusă din 27 de state se situează pe locul 1 în lume după ce în 1995, când cuprindea doar 15 state, se situa pe locul 2 în lume, după SUA.

Este preconizat ca economia UE să crească în următorul deceniu, prin aderarea unor state noi, în special datorită faptului că noile state sunt de obicei mai sărace ca media europeană, urmând ca rapida creștere a PIB-ului în interiorul Uniunii să contribuie la dinamica Europei Unite. Totuși, se estimează că zona Euro va crește doar cu puțin peste 1 la sută pe an, în timp ce alte state bine industrializate, cum sunt Statele Unite vor crește de trei ori pe atât, cu o medie de 3,2% pe an..

În schimb **produsul intern brut/locuitor** al Uniunii Europene se situează doar la 27.776 USD/loc, ocupând doar locul al treilea, la nivel mondial, după SUA cu 40.100 USD/locuitor și Japonia cu 29.400 USD/locuitor. Uniunea Europeană se înscrie amplu în cadrul schimburilor economice internaționale fiind în prezent principala putere comercială a lumii. Nucleul celor 15 state dezvoltate ale Uniunii Europene grupează 39,8% din exporturile mondiale de bunuri, și peste 38,5% din importurile mondiale de bunuri, 45,5% la exportul și 45,0% la importul de servicii.

De asemenea Uniunea, în formula actuală a celor 27 de piețe statale, însumează 42% din exporturile mondiale de mărfuri, 41% din importuri, 47,8 % la exportul și 45,4% la importul de servicii. În acest fel, piața Uniunii Europene reprezintă principala piață integrată a lumii, tipul cel mai avansat de integrare existent astăzi pe plan mondial. Introducerea monedei unice EURO și largirea în continuare a UE a adăugat noi inputuri, stimulând dezvoltarea ei. Fiind participant activ în cadrul OMC, UE va continua să lanseze inițiative comerciale pe plan multilateral, regional și bilateral cu diverse asociații regionale și state.

Bibliografie:

- [1.] Bonavero, P., Dematteis, G. and Sforzi, F., *The Italian Urban System. Towards European Integration, Journal of Housing and the Built Environment, Volume 15, Number 4*
- [2.] Brunet, R, *Lignes de force de l'espace Européen, Mappemonde (66): 14-19 (April 2002)*
- [3.] Kunzmann, K.R., Wegener, M., *The pattern of urbanisation in western Europe. Ekistics 58 (350/351-1992)*
- [4.] Voinea, Gh, *Mecanisme și tehnici valutare și financiare internaționale, Ed. Sedcom Libris,*

countries accounting for a geographical area of 3240 thousand square km representing 31.8% of the entire space of the European continent.

The most expressive synthetic indicator of characterization of the economy and of the volume of the EU market is the Gross Domestic Product (GDP). If the European Union is seen as an independent entity, it has the biggest economy in the world with a GDP of 13.452.396 million dollars. The actual European Union, composed of 27 states is on the 1 place in the world after 1995 when it had 15 countries and it was on the 2nd place after USA.

It is expected that the EU economy will grow over the next decade, through the accession of new states, particularly because new states are usually poorer than the European average, following the rapid growth of GDP within the EU to contribute to the dynamics of United Europe. However, it is estimated that the euro zone will grow by only just over 1 percent per year, while other well-industrialized countries, such as the United States will grow three times that, with an average of 3.2% per year. Instead, the gross domestic product per capita of the European Union is located only at 27.776 USD / inh, only occupying third place globally after the U.S. with 40.100 USD per capita and Japan with 29.400 USD per capita.

The European Union is included in the broader international economic exchanges being now the major world trading power. The core of the 15 developed countries of the European Union group 39.8% of world exports of goods, and over 38.5% of world imports of goods, 45.5% to 45.0% in exports and imports of services. Also, the Union, in the current formula of 27 state markets, totals 42% of world exports of goods, 41% of imports, 47.8% at export and 45.4% at import of services. In this way, the European Union market is the main integrated market of the world, the most advanced type of integration existing in the world today.

The introduction of the euro and the EU enlargement continues to add new inputs, stimulating its development. Being an active participant in the WTO, the EU will continue to launch commercial initiatives at multilateral, regional and bilateral levels with various regional associations and states.

References:

- [1.] Bonavero, P., Dematteis, G. and Sforzi, F., *The Italian Urban System. Towards European Integration, Journal of Housing and the Built Environment, Volume 15, Number 4*
- [2.] Brunet, R, *Lignes de force de l'espace Européen, Mappemonde (66): 14-19 (April 2002)*
- [3.] Kunzmann, K.R., Wegener, M., *The pattern of urbanisation in western Europe. Ekistics 58 (350/351-1992)*

Iași, 2003

[4.] Voinea, Gh, *Mecanisme și tehnici valutare și financiare internaționale*, Ed. Sedcom Libris, Iași, 2003